

**Основные требования законодательства к вещателям телеканалов при осуществлении деятельности в сфере СМИ**

Законодательная норма	Основание	Требования	Рекомендации / примечание	Кто осуществляет контроль	КоАП	Размер штрафа		
						На граждан	На должностных лиц	На юридических лиц
<b>Выходные данные</b>	Ст. 27 Закона «О СМИ»	Публикация не менее 4 раз в сутки и должна содержать наименование СМИ, реквизиты свидетельства о регистрации СМИ, наименование «Роскомнадзор / территориальное Управление Роскомнадзора»	Рекомендуется не накладывать публикации на другие логотипы, знаки, маркировки и надписи, а также производить публикацию с длительностью достаточной для прочтения всего текста	Роскомнадзор	Ст. 13.22	от 300 до 500 рублей	от 500 до 1 000 рублей	от 5 000 до <b>10 000</b> рублей
<b>Запись эфира</b>	Ст. 34 Закона «О СМИ»	Материалы собственных передач, вышедших в эфир, должны сохраняться в записи не менее одного месяца со дня выхода в эфир	Возможно производить запись эфира в пониженном разрешении	Роскомнадзор	Ст. 13.23	от 200 до 500 рублей	от 1 000 до 2 000 рублей	от 10 000 до <b>20 000</b> рублей
<b>Ведение регистрационного журнала передач</b>		В регистрационном журнале применительно к каждой программе указываются дата и время выхода в эфир, тема, ее автор, ведущий и участники. Регистрационный журнал хранится не менее одного года с даты последней записи.	Возможно ведение регистрационного журнала передач в электронном виде					
<b>Возрастные метки</b>	Ст. 12 и 13 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»	Возрастные метки демонстрируются в углу кадра и представляют собой применительно к категории программ «6+», «12+», «16+» либо «18+». Демонстрация в начале каждой программы, а также при каждом ее возобновлении (после прерывания рекламой, например). Размер метки должен быть не менее размера логотипа телеканала, продолжительность публикации менее 8 секунд	Программы «0+», а также прямой эфир допускается не маркировать. Запрещено наложение возрастных меток на логотип телеканала, программы, иные знаки, маркировки, а также наложение на субтитры и надписи разъясняющего характера	Роскомнадзор	Часть 2 ст. 13.21	от 2 000 до 3 000 рублей	от 5 000 до 20 000 рублей	от 20 000 до <b>200 000</b> рублей
<b>Социальная реклама о вреде табака</b>	Ст. 16 ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака»	Социальная реклама о вреде потребления табака транслируется непосредственно перед началом или во время демонстрации такой программы в виде самостоятельного аудиовизуального произведения (видеоряда) или путем наложения на кадр аудиовизуального произведения способом «бегущей строки» или иным способом.	Информация о вреде потребления табака должна быть доведена до потребителей в воспринимаемой форме (в частности, читаемым шрифтом, имеющим достаточный для восприятия текста с телеэкрана размер и контрастность). В предупреждениях рекомендуется использовать однозначную фразу «Курение вредит вашему здоровью»	Роскомнадзор, ФАС	Часть 5 ст. 14.3.1	-	от 10 000 до 20 000 рублей	от 100 000 до <b>200 000</b> рублей

**Основные требования законодательства к вещателям телеканалов при осуществлении деятельности в сфере СМИ**

<b>Предоставление записи собственных программ в ВГТРК</b>	Ст. 12 ФЗ «Об обязательном экземпляре документов»	На хранение в ВГТРК передаются материалы собственного производства редакций СМИ и вещателей, а также материалы, которые созданы по их заказу, производство которых закончено, и которые были выпущены не позднее месяца со дня их выхода в эфир	При условии заключения соответствующего договора с ВГТРК возможно предоставление записей в форме электронно-цифровых копий посредством сети Интернет	Роскомнадзор	Ст. 13.23	от 200 до 500 рублей	от 1 000 до 2 000 рублей	от 10 000 до <b>20 000</b> рублей
<b>Продолжительность рекламы в телепрограммах</b>	Часть 3 ст. 14 ФЗ «О рекламе»	Для телеканалов, имеющих лицензию на вещание на 43 и более субъектов РФ, а также зарегистрированных как тематические СМИ, максимальная продолжительность рекламы (в том числе телемагазинов, спонсорской рекламы, рекламы в виде «бегущей строки») не может превышать 15% времени вещания в час (не более 9 минут в час)	Информация о телепередачах (т.е. анонсы и промо материалы), транслируемых по соответствующим телеканалам, рекламой не является. В дни государственного траура распространение любой рекламы запрещено	ФАС	Часть 2 ст. 14.3	-	от 10 000 до 20 000 рублей	от 200 000 до <b>500 000</b> рублей
<b>Громкость звука рекламы</b>	Часть 12 ст. 14 ФЗ «О рекламе»	При трансляции рекламы, промо материалов, анонсов, сообщений о последующей трансляции рекламы, уровень громкости звука не должен превышать средний уровень громкости звука прерываемой телепрограммы	Измерению среднего уровня громкости подлежат дорекламный и пострелкамный фрагменты программы длительностью 5 минут каждый либо меньшей фактической длительности, а также полный рекламный блок. Среднее значение громкости звука блока рекламы не должно превышать значение громкости звука дорекламного либо пострелкамного фрагмента более чем на 1,5 дБ	ФАС	Часть 1 ст. 14.3	от 2 000 до 2 500 рублей	от 4 000 до 20 000 рублей	от 100 000 до <b>500 000</b> рублей

Актуально на апрель 2018 г.



Свои вопросы вы можете задать Андрею Труфанову  
 тел.: +7 (926) 852-17-27  
 e-mail: a.trufanov@orion-express.ru  
[www.orion-express.ru/orion-express/channels](http://www.orion-express.ru/orion-express/channels)